

ляет сделать вывод о том, что участники лагеря правильно определяют данный термин и готовы к межкультурному диалогу;

– в качестве развития международных отношений молодежь предлагает использовать фестивали и форумы.

По результатам исследования можно говорить о том, что молодежь заинтересована в межкультурном диалоге. Участники международных проектов готовы общаться, изучать и делиться культурой. После данных программ у молодежи развиваются компетенции в сфере общения, появляется уважение к другим.

Такие проекты, как «Соседи», помогают развивать чувство толерантности и понимания необходимости процесса взаимодействия между странами. «Соседи» способствуют развитию изучения различий в стандартах, представлениях, отношениях, моделях мышления и поведения, концептуализации на их основе реестра ценностей, присущих различным культурам.

Следует отметить и то, что на современном этапе развития России для молодых людей возникают новые возможности для реализации себя в сфере молодежной коммуникации. Но их все равно недостаточно для снижения некомпетентности российской молодежи в данном вопросе. На примере лагеря «Соседи» мы доказали, что подобные программы имеют успех, но типовых программ слишком мало, а их финансирования не хватает. Необходимо создание нового доступного, массового проекта взаимодействия молодежи других стран с российской молодежью на базе какого-либо некоммерческого молодежного объединения при государственной поддержке. Что позволит увеличить процент путешествующей молодежи, повысит мотивацию изучения иностранного языка, желание познать мир.

Такие лагеря, как «Соседи», нужны современному обществу. Они позволяют разрешить одну из главных проблем международной коммуникации – что молодежь не готова принимать другие культуры. В условиях глобализации наличие опыта международного сотрудничества является крайне востребованным навыком и уже вскоре станет обязательным условием для нового поколения. Остается найти пути решения проблемы о распространенности и наличии данных проектов.

---

1. Межкультурные коммуникации [Электронный ресурс] // «Библиофонд». 2003–2009. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=559971> (дата обращения: 20.09.2013).

2. Тер-Минасова С. Язык и межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Linguist/Ter/\\_04.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Ter/_04.php) (дата обращения: 20.09.2013).

УДК 796.062

Д. А. Обокина, А. А. Воронина

## УПРАВЛЕНИЕ ФИТНЕС-ЦЕНТРОМ: СОДЕРЖАНИЕ И СПЕЦИФИКА

Фитнес-бизнес существует в России чуть более 20 лет. Первые фитнес-клубы развивались преимущественно в сегменте премиум-класса. Забота о здоровом образе жизни была тогда привилегией богатых.

По словам президента Ассоциации профессионалов фитнеса Дмитрия Калашникова, последние годы фитнес-индустрия в России стабильно растет в среднем на 20 % в год, открываются новые клубы, приходят новые бренды. Россияне уже достаточно поездили по Европе, увидели пример. Отсюда и бум фитнес-центров. Российский рынок фитнес-услуг имеет

достаточный потенциал роста, если учесть, что в России фитнесом занимается всего 2 % населения, тогда как в США – 14,1 % населения, а в Великобритании – 6 % [1].

Результаты исследования, проведенного холдингом «Ромир», показали, что 81 % жителей России стремятся быть здоровыми. Среди товаров для здоровья респонденты в первую очередь называют витамины и биологически активные добавки (68 %), а также тренажеры и спортивный инвентарь (32 %). С услугами для здорового образа жизни россияне ассоциируют прежде всего массаж (54 %) и фитнес (37 %), 9 % другие [2].

Содержание и специфика управленческой деятельности в фитнес-индустрии могут быть раскрыты только с учетом особенностей данной отрасли. В каждой отрасли существуют свои закономерности и специфика управления. Так и фитнес-индустрия имеет свою специфику управления.

Управление фитнес-центром – это комплексный процесс, который требует от руководителя знания индустрии, понимания тенденций рынка, желаний и потребностей клиентов. Фитнес-центр является коммерческой организацией, а любая коммерческая организация преследует извлечение прибыли, в отличие от бюджетных организаций, действующих в сфере ФКиС (ДЮСШ, СДЮШОР и т. д.) Главный источник прибыли – это потребитель услуг фитнес-центра. Именно на потребителя должно быть нацелено основное внимание.

Содержание и специфика деятельности фитнес-директора заключаются в следующем:

1. Функции фитнес-директора зависят от организационной структуры фитнес-клуба. В одном клубе функции фитнес-директор выполняет директор клуба, в другом – директор фитнес-департамента, а в следующем – менеджер групповых программ.

2. Фитнес-директор уделяет особое внимание планированию, политике развития клуба, формированию целей и выбору стратегических решений для достижения поставленных целей.

3. Фитнес-директору необходимо любить спорт, физическую активность и поддерживать форму.

4. Фитнес-директор курирует или лично ведет поиск и обучение работников фитнес-департамента. Он отвечает за направленность корпоративного обучения, планирует его, разрабатывает критерии оценки результатов.

5. Фитнес-директор организует работу инструкторского и административного состава клуба, отвечает за грамотное составление расписания групповых программ, добиваясь, чтобы оно было максимально удобно для клиентов и сбалансировано для тренеров.

6. Фитнес-директору необходимо создать благоприятную атмосферу в клубе. Необходимо заинтересовать и удержать клиента максимально удовлетворяя его потребности. Одной из важных потребностей клиентов является внедрение новых услуг. Поиск, как правило, происходит на крупных выставках и конференциях. Далее данные программы необходимо воплотить в жизнь.

Исследование проводилось нами на базе фитнес-центров г. Екатеринбурга в 2013 г. в форме анкетирования. В исследовании приняли участие 6 фитнес-директоров (руководителей).

Представлены 18 видов профессиональных качеств (компетенций), которые большинство опрошенных специалистов по менеджменту в сфере физической культуры и спорта отметили как наиболее важные, дав им 4 или 5 баллов по пятибалльной шкале Лайкерта. Удельный вес приводится в табл. 1.

Таблица 1

Профессиональные качества (компетенции) руководителя	
Профессиональные качества (компетенции)	Удельный вес показателя
1. Организовывать работу физкультурно-спортивной организации	4,83
2. Осуществлять общее руководство административно-хозяйственной и экономической деятельностью физкультурно-спортивной организации	4,17
3. Разрабатывать стратегию, цели, задачи развития и концепцию дея-	4,67

тельности физкультурно-спортивной организации	
4. Определять конкурентную политику физкультурно-спортивной организации, поиск конкурентных преимуществ	4,50
5. Обеспечить физкультурно-спортивную организацию квалифицированными кадрами	4,33
6. Утверждать штатное расписание, ставки заработной платы и должностные оклады, надбавки и доплаты к ним	3,83
7. Создавать условия для повышения профессионального мастерства тренерско-преподавательского состава.	4,33
8. Осуществлять контроль за строгим соблюдением персоналом клуба техники безопасности, производственной санитарии, противопожарной безопасности	4,50
9. Создавать условия для внедрения инноваций, обеспечивать формирование и реализацию инициатив работников физкультурно-спортивной организации	3,50
10. Определять условия и заключать договоры, связанные с деятельностью физкультурно-спортивной организации, организовывать контроль за их выполнением	4,67
11. Решать все вопросы деятельности физкультурно-спортивной организации в пределах предоставленных ему прав по расходованию финансовых и материальных ресурсов	4,50
12. Организовать рекламу физкультурно-спортивной организации в средствах массовой информации с целью привлечения клиентов	4,17
13. Обеспечивать оснащение физкультурно-спортивной организации спортивно-технологическим, инженерным оборудованием, инвентарем, материалами и осуществлять контроль за их использованием	3,83
14. Осуществлять контроль за выполнением учебных программ по видам спорта, содержанием и эффективностью учебно-тренировочных занятий	3,83
15. Организовать своевременный капитальный и текущий ремонт зданий, сооружений, помещений физкультурно-спортивной организации и оборудования	3,83
16. Обеспечивать эффективное распределение ресурсов физкультурно-спортивной организации	3,83
17. Формировать информационную политику организации	3,83
18. В пределах своих полномочий распоряжается бюджетными средствами, обеспечивает результативность и эффективность их использования	4,50

Для выполнения своей работы руководителю фитнес-центра необходимы следующие знания и личные качества (табл. 2):

Таблица 2

Необходимые знания и личные качества руководителя

	Знания руководителя	Удельный вес показателя	Личные качества руководителя	Удельный вес показателя
1.	В области менеджмента	4,33	Стратегическое видение	4,50
2.	В области стратегического менеджмента	4,33	Восприимчивость к изменениям	4,50
3.	В области физкультурно-	4,50	Адаптивность	4,17

	спортивной и тренировочной деятельности			
4.	В области законодательства и права	4,83	Уверенность в себе	5,00
5.	В области экономики	4,50	Аналитические способности	4,17
6.	В области управления финансами	4,50	Экономическое мышление	4,17
7.	В области управления персоналом	4,33	Предпринимательские способности	4,33
8.	В области психологии	4,17	Творческие способности	4,50
9.	В области делового общения	4,33	Способность учиться	4,50
10.	В области управленческих решений	4,83	Стрессоустойчивость	4,17
11.	В области делового общения	4,17	Здоровье	4,17
12.	В области инновационного менеджмента	3,33	Эмоционально-волевые качества	4,67
13.	В области маркетинга	4,50	Морально-этические качества	4,33
14.	В области тайм менеджмента	3,17	Концептуальные способности	3,83
15.	В области коммуникаций	4,33		
16.	В области PR	4,33		
17.	Знание иностранных языков	3,00		
18.	Знание современных электронных систем	3,67		
19.	В области ведения переговоров	4,00		

Анализ полученных данных позволил выделить следующие наиболее важные компетенции руководителя:

1. Профессиональные качества (компетенции):

- 1) организовывать работу физкультурно-спортивной организации – 4,83;
- 2) разрабатывать стратегию, цели, задачи развития и концепцию деятельности физкультурно-спортивной организации – 4,67;
- 3) определять условия и заключать договоры, связанные с деятельностью физкультурно-спортивной организации, организовывать контроль за их выполнением – 4,67.

2. Знания руководителя:

- 1) в области законодательства и права – 4,83;
- 2) в области управленческих решений – 4,83.

3. Личные качества руководителя:

- 1) уверенность в себе – 5;
- 2) эмоционально-волевые качества – 4,67.

Фитнес-директору своей деятельностью необходимо способствовать развитию спорта и обеспечивать эффективное функционирование фитнес-клуба в современных рыночных условиях.

1. *Евпанов А.* Готовь фигуру весной [Электронный ресурс] // Российская Бизнес-газета № 840 (11). URL: <http://www.rg.ru/2012/03/20/fitnes.html> (дата обращения: 15.09.2013).

2. Регионы становятся все более привлекательными для фитнес-операторов [Электронный ресурс]. Астер-М, 2012.03.24. URL: <http://www.aster-m.ru/news/others/regiony-stanoviyatsya-vse-bolee-privleka> (дата обращения: 15.09.2013).

УДК 351.855.3

**Д. А. Обоина, Е. В. Морозова, Л. Д. Стародубцева**

## **УПРАВЛЕНИЕ ИНФРАСТРУКТУРОЙ ОТРАСЛИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

Физическая культура – часть общей культуры общества, представляет собой совокупность достижений в деле оздоровления людей и развития их физических способностей, включает систему физического воспитания, специальные научные знания, развитие спорта и спортивных достижений. Термин спорт происходит от латинского слова *disportare* – развлекаться. Под этим термином подразумевается соревновательная деятельность, подготовка к ней, а также специфические отношения, нормы и достижения, связанные с этой деятельностью. Спорт как часть физической культуры своей специфической направленностью дополняет и углубляет ее. Футбол является одним из самых популярных видов спорта. Благодаря этой игре у мужчин и мальчиков развиваются такие качества, как выносливость, ловкость, дисциплинированность.

Футбол на сегодняшний день является глобальной и мировой игрой. Как показывают источники, во время последнего чемпионата мира по футболу в ЮАР в 2010 г. эксперты насчитали 288 миллионов телевизионных включений, это значит, что из 7 миллиардов жителей на земле по статистике включали прямой эфир примерно 3,7 раз.

Но не оставим без внимания и ярых болельщиков, которые лично приезжают на чемпионат мира. На XIX чемпионат мира по футболу ФИФА и организаторы рассчитывали на приезд около миллиона иностранцев. Однако из-за высокого уровня преступности, сложности в системе распространения билетов и неприемлемых цен на гостиницы эта цифра получилась меньше. В итоге на чемпионат мира в ЮАР приехали всего лишь 450 тысяч болельщиков [1]. Кроме того, южноафриканцы не пропустили в свою страну более 5 тысяч туристов. В основном это те, кто находился в черных списках ФИФА как футбольный дебошир или располагает поддельными билетами. Их удалось выявить довольно быстро за счет отправки работников иммиграционной службы в аэропорты, откуда отправляются международные авиарейсы в ЮАР. Несмотря на, все эти отрицательные моменты, интерес к первому в истории чемпионату мира по футболу в ЮАР оказался довольно высок. Эти сведения подтверждают теорию о популярности футбола в мире как великой игры.

Чемпионат мира – это великолепная возможность показать себя и заявить о себе для каждого государства. Правительство страны выделяет и распределяет средства на развитие инфраструктуры городам участникам, на выделенные бюджетные деньги город строит объект, на котором будет происходить данное событие. Поэтому чемпионат мира позволяет обновить устаревшую и годами немодернизируемую инфраструктуру, туристические маршруты и курортных зон.

Рассмотрим влияние чемпионата мира на среду гостеприимства. Оно способно внести стимулирование в развитие регионов и появление возможности заложить фундамент абсолютно нового развития индустрии гостеприимства на три-четыре десятилетия вперед.

---

© Обоина Д. А., Морозова Е. В., Стародубцева Л. Д., 2014